

Rent A Car, le leader français de la location de proximité, mise sur la franchise pour développer son réseau

Sur le marché de la mobilité en pleine mutation, le groupe français Rent A Car s'est imposé en seulement deux décennies comme le leader de la location de courte durée de proximité dans l'Hexagone avec 122 M€ de C.A en 2017 et comme la 1^{ère} marque en notoriété spontanée¹, sur son segment d'activité.

Avec la perspective imminente de Franchise Expo 2018 du 25 au 28 mars, le réseau Rent A Car, déjà fort de 362 agences dont 2/3 en franchise, ambitionne cette année encore de recruter de nouveaux franchisés.

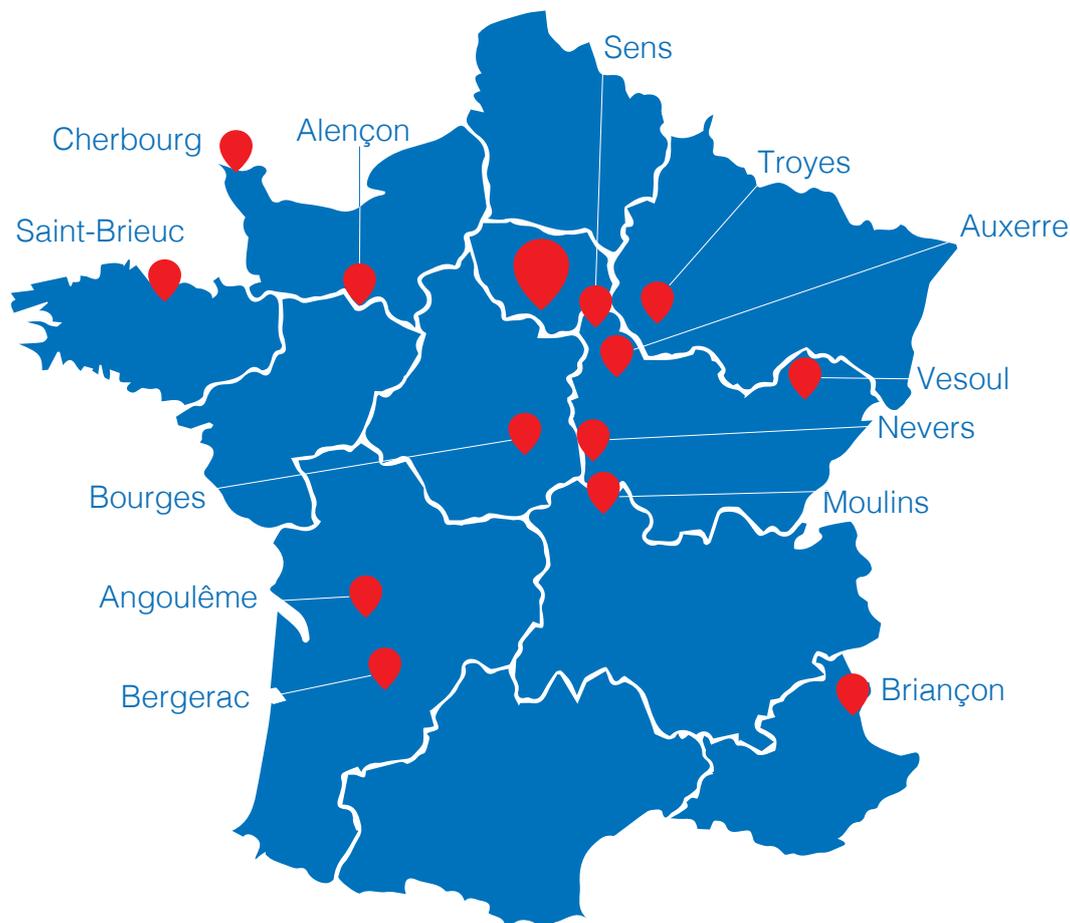
L'objectif : conforter son assise en région parisienne et développer son maillage du territoire français, avec comme axes prioritaires d'implantation, des villes de province non acquises jusqu'alors.

Zoom sur la stratégie de développement et les atouts de Rent A Car, loueur pionnier qui a fait depuis longtemps le pari gagnant de la location de proximité, un marché en plein essor.

Des franchises Rent A Car à pourvoir !

Membre du Conseil National des Professions de l'Automobile et de la Fédération Française de la Franchise, Rent A Car s'est constitué en 20 ans, un réseau solide dans l'Hexagone et les DOM de 362 agences, dont 221 franchises détenues par 114 franchisés.

A l'approche du Salon de la Franchise, Rent A Car annonce son intention d'ouvrir de nouvelles agences en s'appuyant sur le recrutement de futurs franchisés. L'ambition de l'entreprise est de renforcer sa présence en région francilienne et de conquérir des villes de province au fort potentiel.



¹ Rent A car est premier loueur de courte durée de proximité, en notoriété spontanée « top of mind ». Etude institut GMV pour le CNPA, janvier-novembre 2017.

L'opportunité de rejoindre le réseau leader du marché

Se tourner vers Rent A Car pour devenir loueur de véhicules de proximité est le gage de bénéficier de l'expertise, de l'expérience et de la notoriété d'un réseau leader national.

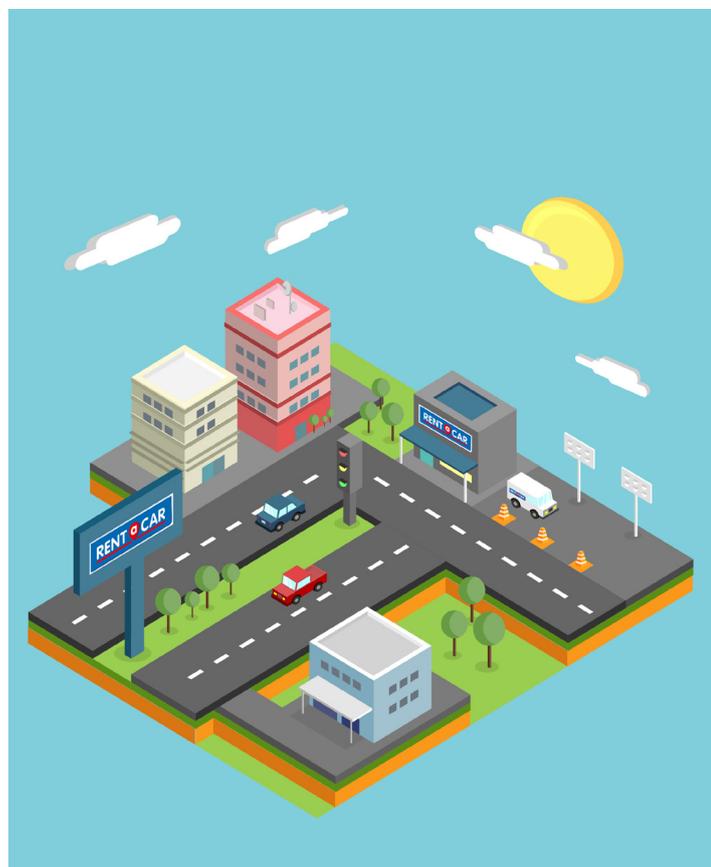
Pour accompagner ses franchisés vers le succès, le groupe mobilise ses directions opérationnelles qui leur apportent au quotidien une écoute et un appui efficace en termes de méthodes, d'outils et de démarche qualité.

Rent A Car met sa force de négociation auprès des constructeurs automobiles au profit de ses franchisés, afin qu'ils se constituent, puis renouvellent au gré de leurs activités, une flotte à des coûts maîtrisés.

Le franchiseur leur garantit, également, un apport d'affaires grâce à ses partenariats pérennes développés à la fois avec les sociétés d'assurance (Groupama, 1^{ère} mutuelle d'assurance de France est actionnaire du groupe), d'assistance et ses accords commerciaux avec des clients grands comptes nationaux.

Rejoindre Rent A Car, c'est enfin profiter de la notoriété et du capital sympathie indéniable de la marque dont les clients apprécient aussi bien les offres packagées compétitives et rentables pour les franchisés, que le sérieux du service et des conseils qui leur sont dispensés.

Ces derniers ne s'y trompent d'ailleurs pas, puisqu'ils attribuent en moyenne une note globale de satisfaction de 4.4/5¹ !



Carte grise du réseau



Marc Boré
Président Directeur Général



Anne-Catherine Péchinot
Directeur Général Délégué



Réseau mixte
Franchises et Succursales



362 agences
dont **221 franchises**

Le business florissant de la location de courte durée

Le marché de la location automobile se divise en deux segments : le trajet (en complément d'un déplacement en train ou en avion) et la proximité qui représente la plus grande part du gâteau (71 %²). Et c'est précisément sur ce dernier créneau que Rent A Car opère en tant que leader, avec une signature de marque « + proche, - cher » qui affiche clairement son positionnement.

Mode de consommation rationnel, service qui se démocratise, solution simple pour s'affranchir des contraintes de stationnement en milieu urbain : la location de courte durée apporte une réponse concrète aux besoins de mobilité des Français qui ne cessent de faire bouger les lignes en matière d'habitudes, par conviction ou par nécessité.

Le principe de louer son véhicule plutôt que de le posséder, tend à se conforter si l'on en croit le potentiel du marché français. Son poids est considérable puisqu'il représente 3.2 milliards d'euros, 7.7 millions d'utilisateurs et 20 millions de véhicules particuliers ou utilitaires loués en moyenne par an².

Déjà premier sur son segment avec 122 M€ de chiffre d'affaires et 3.7 millions de jours de location vendus en 2017, Rent A Car entend bien accroître sa part de marché dans les années à venir.

¹ Note moyenne attribuée par les clients Rent A Car, d'après plus de 44 000 avis déposés en ligne depuis 2016. Retours clients collectés par Avis-vérifiés, un organisme indépendant agréé par AFNOR Certification.

² Source: CNPA.

Les conditions d'accès à la franchise Rent A Car

Conditions d'accès au circuit

Type de contrat	Contrat de franchise
Durée	De 3 à 5 ans
Répartition de la flotte de véhicules par agence	2/3 de voitures particulières 1/3 de véhicules utilitaires
Apport personnel	De 60 000 € à 100 000 €
Droit d'entrée	En fonction de la taille de l'agglomération
Redevance générale mensuelle sur le chiffre d'affaires	6 % du C.A H.T
Participation à la communication nationale	2 % du C.A H.T
Surface minimum d'une agence	A partir de 20 m ²
Nombre moyen d'employés par agence	2 à 3 personnes
Forme juridique de société préconisée	SARL

Exemples de performances

Année	N		N+1N		+2	
Chiffre d'affaires réalisé dans l'année	300 000 € HT		350 000 € HT		400 000 € HT	
Coûts de détention des véhicules	36 %	108 000 € HT	34 %	119 000 € HT	34 %	136 000 € HT
Coûts d'assurance et d'entretien des véhicules	13 %	39 000 € HT	12 %	42 000 € HT	12 %	48 000 € HT
Redevance	8 %	24 000 € HT	8 %	28 000 € HT	8 %	32 000 € HT
Total frais variables	57 %	171 000 € HT	54 %	189 000 € HT	52 %	216 000 € HT
Marge brute (avant déduction des frais fixes de structure)	43 %	129 000 € HT	46 %	161 000 € HT	48 %	184 000 € HT
Frais fixes de structure (loyer agence et parking, frais de personnel, frais généraux)	120 000 € HT		123 000 € HT		125 000 € HT	
Bénéfice net (avant impôts sociétés)	3 %	9 000 € HT	10 %	38 000 € HT	14 %	59 000 € HT

Portrait robot du pilote d'une franchise Rent A Car

S'ils sont tous passionnés d'automobile, les franchisés Rent A Car ont, pour la plupart, des profils diversifiés :

- ♥ professionnels de l'assistance (dépanneurs) et de la réparation automobile, désireux de diversifier leur activité ;
- ♥ loueurs de véhicules indépendants souhaitant rejoindre un réseau national ;
- ♥ salariés dans la location de véhicules voulant devenir leur propre patron.

Dans sa sélection, le franchiseur sera soucieux d'éprouver les qualités des candidats qui devront faire preuve de motivation, de fibre entrepreneuriale, d'esprit d'équipe, de goût et d'envie de s'épanouir dans le métier.

Les futurs entrepreneurs devront, enfin, être doués de compétences managériales et commerciales, en plus d'être d'habiles gestionnaires et de fins diplomates.



Les multiples atouts de la franchise Rent A Car

Tout en conservant leur indépendance, les franchisés rejoignant Rent A Car bénéficient des moyens et de la force de frappe d'un réseau d'ampleur nationale, aux multiples avantages.

Un embrayage facile d'activité grâce à une flotte de véhicules aisément constituable

Pour qui débute son activité de loueur de véhicules avec la nécessité de se constituer un parc automobile rapidement, il est important de pouvoir se reposer sur un acteur de poids du secteur au pouvoir de négociation avéré et à la flotte solide.

C'est pourquoi Rent A Car a conclu des accords nationaux avec les principaux constructeurs automobiles pour permettre à ses franchisés de profiter localement de coûts réduits.



Une vitesse de croisière assurée par un apport d'affaires national

Les activités commerciales développées au siège de Rent A Car contribuent grandement au chiffre d'affaires des franchisés, à hauteur de 35 % en moyenne, grâce à :

- des accords conclus avec des clients grands comptes nationaux (entreprises tertiaires et de travaux publics, industriels, sociétés de VTC...).

- des partenariats au long cours noués avec les sociétés majeures françaises d'assistance et d'assurance pour lesquelles Rent A Car procure des véhicules de remplacement au bénéfice de leurs assurés sinistrés.

Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si Groupama, 1^{ère} mutuelle d'assurance en France a décidé de rejoindre en 2003 le capital de Rent A Car, lui-même leader sur son secteur, à hauteur de 20 %.

- son site de e-commerce national www.rentacar.fr, dont la performance et l'optimisation du référencement ont permis d'enregistrer en 2017 plus de 2.4 millions de visiteurs uniques.

Autant d'apports d'affaires garantis qui constituent une sécurité financière pour le démarrage et le maintien d'une activité pérenne.



Un pilotage automatique grâce aux outils de gestion clé en main

Rent A Car met à la disposition de ses franchisés des outils communs pour répondre à leurs besoins quotidiens en termes de réservation (logiciel et centrale d'appels nationale avec routage des demandes vers les agences concernées), fidélisation clientèle (carte et programme d'actions) et de gestion.

A ce sujet, les équipes du siège organisent une fois par an des ateliers de gestion comparée, au cours desquels les franchisés obtiennent le diagnostic de la santé de leur entreprise, peuvent s'enquérir de leur rentabilité et comparer leurs résultats et performances avec ceux de leurs confrères.

Un programme de formations comme accélérateur de réussite !

Rent A Car accorde une importance primordiale à l'accompagnement et à la formation de ses collaborateurs comme de ses franchisés, avec une cellule dédiée, composée de référents en ressources humaines et en développement de l'activité commerciale ainsi que de consultants formateurs.

L'accompagnement débute dès leur entrée dans le réseau par un cursus d'intégration de trois semaines qui les emmènera tantôt au siège francilien de l'entreprise pour rencontrer les différentes directions opérationnelles, tantôt en agence, pour une formation pratique.

Le suivi se poursuit tout au long de leur parcours, par des modules de formation complémentaires que les franchisés peuvent solliciter selon leurs besoins.

De la construction d'une stratégie commerciale à la prospection téléphonique, en passant par le management ou encore l'accueil de la clientèle étrangère : l'objectif de Rent A Car est de soutenir ses franchisés et leurs salariés dans leur montée en compétences.

Une animation du réseau, moteur de performance

Parce que le partage d'expériences et de bonnes pratiques est toujours riche d'enseignements et source de progression, **les animateurs du réseau Rent A Car organisent régulièrement des réunions régionales entre franchisés**. Une occasion également de les tenir informés de l'activité et de l'actualité à l'échelle nationale de l'entreprise.

Enfin, véritable temps fort de partage et fédérateur pour le réseau, la convention nationale annuelle réunit l'ensemble des franchisés et des gérants de succursales. Elle a pour vocation de présenter les priorités commerciales et de services clients fixés pour l'année à venir et, bien sûr, de faire la fête avec les collaborateurs en toute convivialité.



Des avis clients vérifiés et certifiés, gages de bonne conduite !

C'est un fait : 85 % des internautes avouent consulter les avis clients avant d'acheter en ligne et 91 % d'entre eux les considèrent même comme le vecteur numéro 1 dans leur décision d'achat¹.

Rent A Car nourrit depuis longtemps la conviction que le contentement exprimé par les clients constitue la meilleure référence, génératrice tout autant de valeur que de satisfaction pour les franchisés comme pour les consommateurs. C'est pourquoi, le réseau a mis en place en 2016, un dispositif d'avis clients, collectés par Avis-vérifiés, un organisme indépendant agréé par AFNOR Certification.

Depuis, ce sont plus de 44 000 avis qui ont été déposés, avec une note globale de 4.4/5 de satisfaction attribuée par les clients. Pour entretenir ce terreau fertile et vertueux pour la réputation de la marque, Rent A Car accompagne ses franchisés dans cette démarche, source d'amélioration constante de qualité.

Plein phare sur une marque de notoriété nationale

Les franchisés qui rejoignent Rent A Car bénéficient également de la notoriété de la 1^{ère} marque de loueurs de proximité citée par le grand public².

Pour conserver et développer ce capital, nationalement mais surtout localement, la tête de réseau fournit également un ensemble de moyens de communication comme des kits de marquage sur les utilitaires et sur les voitures, des supports pour l'animation de points de vente, des outils de prospection terrain...

Les franchisés se voient enfin conseiller pour leurs campagnes de référencement web et sur leurs initiatives locales (jeux concours, sponsorings...)

¹ Source : Avis-vérifiés.com

² Source : Observatoire CNPA sur l'étude de marché de la location de véhicules de courte durée en France, Janvier-Novembre 2017